

**PERILAKU KONSUMTIF DITINJAU DARI *LOCUS OF CONTROL* PADA REMAJA PUTRI**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi (S.Psi) Pada Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama**

Oleh:

**AgustiaNingsih**

**1531080195**

**Program Studi : Psikologi Islam**

**FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
1441/2020 M**

**PERILAKU KONSUMTIF DITINJAU DARI *LOCUS OF CONTROL* PADA REMAJA PUTRI**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi (S.Psi) Pada  
Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama

Oleh:

**AgustiaNingsih**

**1531080195**

**Program Studi : Psikologi Islam**

**Pembimbing I : Dra. Yusafrida Rasyidin, M.ag**

**Pembimbing II : AnnisaFitriani, S.Psi., M.A**

**FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**

**1441/2020 M**

## ABSTRAK

### Hubungan Antara Perilaku Konsumtif Ditinjau dari *Locus Of Control* pada Remaja Putri

Oleh:

Agustia Ningsih  
1531080

Perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang berperilaku berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana. Sebagai akibatnya mereka kemudian membelanjakan uangnya dengan membabi buta dan tidak rasional, sekedar untuk mendapatkan barang-barang yang menurut anggapan mereka dapat menjadi simbol keistimewaan. Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya faktor *locus of control*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidak kaitannya perilaku konsumtif ditinjau dari *locus of control* pada remaja putri. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah Ada hubungan yang signifikan antara *locus of control* ditinjau dari perilaku konsumtif pada remaja putri.

Subjek penelitian ini adalah remaja putri di SMAN 2 Bandar Lampung kelas XI yang berjumlah 253 yang diambil menggunakan teknik *proportional random sampling*. Penelitian ini menggunakan 2 skala yaitu skala perilaku konsumtif sebanyak 36 aitem ( $\alpha = 0,804$ ) dan skala *locus of control* sebanyak 28 aitem ( $\alpha = 0,689$ ). Data yang sudah terkumpul dianalisis dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda yang dibantu dengan SPSS 22.0 for windows.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat diambil hasil analisis: Hasil penelitian menunjukkan ( $r_{xy}$ ) = -0,115 dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) = 0,013 dengan  $p = 0,329$  ( $p > 0,01$ ) yang artinya tidak ada hubungan antara perilaku konsumtif ditinjau dari *locus of control* pada remaja putri.

Kata Kunci : Perilaku konsumtif dan *locus of control*





**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA**

*Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratiningsih Sukarame Bandar Lampung Telp (0721) 703260*

**PERSETUJUAN**

**Judul Skripsi** : **Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Locus Of Control Pada Remaja Putri**  
**Nama** : **Agustia Ningsih**  
**NPM** : **1531080195**  
**Program Studi** : **Psikologi Islam**  
**Fakultas** : **Ushuluddin dan Studi Agama**

**MENYETUJUI**

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosah  
Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Raden Intan Lampung

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Drs. Yusuf Ridwan, M.Ag**  
**NIP.196008191993032001**

**Annisa Fitriani, S.Psi, M.A**  
**NIP.198901112018012001**

**Mengetahui**  
**Ketua Prodi Psikologi Islam**

**Abdul Qohar, M.Si**  
**NIP.197103122005011005**





**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA**

*Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp (0721)703260*

**PENGESAHAN**

**Skripsi dengan judul: Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Locus Of Control**

**Pada Remaja Putri Disusun oleh Agustia Ningsih NPM : 1531080195. Prodi :**

**Psikologi Islam. Fakultas : Ushuluddin Dan Studi Agama, telah**

**dimunagasyahkan pada hari/tanggal : Kamis, 13 Agustus 2020.**

**TIM DEWAN PENGUJI**

**Ketua : M. Agung Iqbal, M.Ag**

**Sekretaris : Iin Yulianti, MA**

**Penguji Utama : Supriyati, S.Psi, M.Si**

**Penguji Pendamping I : Dra. Yusafrida Rasyidin, M.Ag**

**Penguji Pendamping II : Anisa Fitriani, S.Psi, MA**

**DEKAN**

**Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama**



**Dr. M. Afif Ambari, M.Ag**  
**NIP. 196003131989031004**



## PEDOMAN TRANSLITERASI

Mengenai *Transliterasi* Arab-Latin ini menggunakan pedoman Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543b/U/1987, sebagai berikut :

### 1. Konsonan

Arab	Latin	Arab	Latin	Arab	Latin	Arab	Latin
ا	A	ذ	Dz	ظ	Zh	م	M
ب	B	ر	R	ع	‘ (Koma terbalik di atas)	ن	N
ت	T	ز	Z			و	W
ث	Ts	س	S	غ	Gh	ه	H
ج	J	ش	Sy	ف	F	ء	‘ (Apostrof, tetapi tidak dilambangkan apabila terletak di awal kata)
ح	H	ص	Sh	ق	Q		
خ	Kh	ض	Dh	ك	K		
د	D	ط	Th	ل	L	ي	Y

### 2. Vokal

Vokal Pendek		Contoh	Vokal Panjang		Contoh	Vokal Rangkap	
ـَ -----	A	جَدَلْ	ا	Â	سَارَ	...يْ	Ai
ـِ -----	I	سَدِلْ	ي	Î	قِيلَ	...وْ	Au
ـُ -----	U	ذَكِرَ	و	Û	يَجُورَ		

### **3. Ta Marbutah**

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasroh dan dhammah, transliterasinya adalah /t/. Sedangkan ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/. Sepertikata :Thalhah, Raudhah, Jannatu al-Na'im.

### **4. Syaddah dan Kata Sandang**

Dalam transliterasi, tanpa syaddah dilambangkan dengan huruf yang diberi tanda syaddahitu. Sepertikata :Nazzala, Rabbana. Sedangkan kata sandang “al”, baik pada kata yang dimulai dengan huruf qamariyyah maupun syamsiyyah. Contohnya : al-Markaz, al-Syamsu.

## PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

*Assalamu'alaikum wr.wb*

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Deden Gusti Laksana

NPM : 1531080025

Program Studi : Psikologi Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari *Locus Of Control* Pada Remaja Putri” merupakan hasil karya penulis dan bukan plagiasi dari karya orang lain. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi, maka penulis bersedia menerima konsekuensi sesuai aturan yang berlaku di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Demikian pernyataan ini dengan sebenar-benarnya.

*Wassalamu'alaikum wr.wb*

Bandar Lampung, 04 November 2020

Yang menyatakan,

**Agustia Ningsih**

**1531080195**



## MOTTO

وَأَتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ۚ ٢٦ إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَنَ  
الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ۚ ٢٧

“Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekatkan haknya, kepada orang-orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-borosan itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.”

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Bismillahirrahmanirrahim*

Terucap syukur dari diri kepada Allah SWT, karena atas izin-Nya dapat ku persembahkan skripsi ini untuk orang-orang tercinta dan tersayang:

1. Kedua orangtuaku yang sangat aku cintai, Ibu Sularti dan Bapak Saari Ibrahim (almarhum) yang dengan ketulusan dan segenap hatinya selalu mendoakanku, merawatku, menjagaku, mencurahkan rasa kasih sayangnya, serta selalu memotivasi agar putrinya menggapai cita-cita yang diinginkan.
2. Untuk Abang, kakak dan adikku yang sangat aku sayangi, Ariyos Rizal, Sri Haryati, Dian Febiyanti dan keponakanku tersayang Bilqis Kirana Putri serta anggota keluarga besar lainnya yang menjadi pelengkap kebahagiaan dan menjadi penyemangat baik moril maupun materil yang nyata untukku agar segera menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Alamamater ku tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

## **RIWAYAT HIDUP**

Nama peneliti adalah Agustia Ningsih, dilahirkan di Bulusari pada tanggal 02 Agustus 1997. Peneliti merupakan anak ketiga dari empat bersaudara dari pasangan Bapak Saar Ibrahim dan Ibu Sularti. Alamat tempat tinggal peneliti di Jl. Makmun isya no.30, kelurahan kuripan, kecamatan Teluk Betung Barat. Berikut riwayat pendidikan peneliti:

1. MI Jamiatul Islamiah, Lulus pada tahun 2009
2. SMP Negeri 15 Bandar Lampung , Lulus pada tahun 2012
3. SMA Negeri 11 Bandar Lampung, Lulus pada tahun 2015

Setelah lulus dari Sekolah Menengah Atas tepatnya pada tahun 2015, peneliti terdaftar sebagai mahasiswi pada program S1 Psikologi Islam, Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.



## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

*Alhamdulillahirabbil'alamin.* Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan segala kenikmatan dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Perilaku konsumtif ditinjau dari *locus of control* pada remaja putri” sebagai salah satu syarat dalam memenuhi gelar Sarjana Psikologi.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, peneliti menyadari bahwa skripsi yang ditulis masih jauh dari kata kesempurnaan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan untuk kedepannya. Selain itu, terselesaikannya penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dari pihak-pihak yang turut serta dalam memberikan dukungan secara moril maupun materil. Oleh karena itu, dengan segala hormat peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Moh. Mukri., M.Ag selaku Rektor UIN Raden Intan Lampung.
2. Bapak Dr. M. Afif Anshori, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Raden Intan Lampung.
3. Bapak Abdul Qohar, M.Si selaku Ketua Prodi Psikologi Islam.
4. Ibu Tin Amalia Fitria, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan terkait perkuliahan dari semester awal sampai semester akhir.

5. Ibu Dra. Yusafrida Rasyidin, M.ag selaku Pembimbing I atas keikhlasan, kesabaran, dan selalu meluangkan waktunya untuk membimbing, memberi nasehat, dukungan, serta kepercayaan dalam penulisan skripsi ini.
6. Ibu Annisa Fitriani, S.Psi,.M.A selaku pembimbing II atas keikhlasan, kesabaran serta bimbingan dalam membantu peneliti mengatasi setiap masalah perkuliahan dan penyusunan skripsi ini, yang selalu meluangkan waktu untuk membimbing, dan memberi nasehat serta dukungan dalam penulisan skripsi ini.
7. Bapak Drs. M. Nursalim Malay, M.Si yang telah bersedia membantu peneliti dan memberi masukan pada saat peneliti berkonsultasi.
8. Seluruh Dosen Psikologi Islam yang telah mengajarkan pengalaman berharga selama perkuliahan, tak pernah berhenti memberikan semangat dan motivasi, yang selalu menuntun mahasiswanya dalam hal kebaikan, serta staf Fakultas Ushuluddun dan Studi Agama yang telah banyak membantu peneliti dalam menyusun administrasi.
9. Kepala sekolah SMA Negeri 2 Bandar Lampung. karena telah memberikan izin, bantuan, arahan, serta masukan kepada peneliti dalam proses awal penelitian hingga selesai.
10. Seseorang spesial yang selalu memberikan dukungan dan semangat yang tiada henti kepada peneliti, yaitu Muhammad Faqih Ananda yang menemani peneliti dari proses awal hingga terselesaikannya skripsi ini.

11. Sahabat tersayang Yulia Agustin S.Psi, Septia Laura S.Psi, Faikha Mulya Sari S.Psi, Reno Marizka S.Psi, Galistara Kusuma Ningrum S.Psi, Fitra Warman S.Psi, Fitri Warman S.Sos, Dukha zuhriyah S.Psi. Terimakasih atas kasih sayang dan kebahagiaan yang kalian berikan untuk saling bercerita, memotivasi, dan berbagi, kebersamaan, serta support dan semangat kalian dalam membantu proses skripsi ini, dan yang selalu mengajak untuk liburan, makan bareng, serta selalu mengingatkan saya dalam hal kebaikan, *Love you all.*
12. Sahabat-sahabat semasa Sekolah Menengah Atas, Fitri Febrianti, Gita Alisia, Restu Paramitha, Fitri Wahyuni, Eva Yulianti, Dita Sari, Dian Anggraeni. terimakasih atas support, saran, tenaga, yang telah bersedia membantu dan menemani peneliti dalam proses penyusunan skripsi ini, *love you all.*
13. Guru, kakak, sahabat, sekaligus Sutradara selama Berteater Erika Bunga Rahayu Putri Hasanudin yang selalu memberi support yang membangun. *I love you.*
14. Rekan-rekan seperjuangan sekaligus seperbimbimbingan Andini Istiqomah, Sinta Novalia, Iyopisa Marlina, dan Eka yang selalu membantu, mensupport, memberi motivasi, dan saling berbagi terkait proses penyelesaian skripsi ini.
15. Seluruh teman-teman, kakak-kakak, adik-adik dan keluarga besar Psikologi Islam angkatan 2015, terkhusus Psikologi C yang namanya tidak bisa disebutkan satu-persatu, yang telah memberikan semangat, kebersamaan, dukungan, kerjasama, motivasi, kekompakan dan kenangan terindah selama perkuliahan.



16. Saudara sekaligus sahabat kecil sekaligus sepupu Siti Fatimah, Sulistia Reza dan Ellisia Reza yang telah bersedia mendengarkan keluh kesah peneliti, serta membantu, menemani, mensupport dan memberikan semangat dalam proses penyusunan skripsi ini, *love you all*.
17. Seluruh adik-adik di SMA Negeri 2 Bandar Lampung yang tidak bisa disebutkan satu-persatu namanya yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi skala pada penelitian ini dan untuk berpartisipasi menjadi subjek penelitian.
18. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu yang telah berjasa membantu baik secara moril dan materil dalam proses penyelesaian skripsi.

Bandar Lampung, 04 November 2020

Peneliti,

**Agustia Ningsih**  
**NPM. 1531080195**

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI.....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>viii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	 <b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Tujuan Penelitian.....	9
C. Manfaat Penelitian.....	9
1. Manfaat Teoritis.....	9
2. Manfaat Praktis .....	9
 <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	 <b>10</b>
A. Perilaku Konsumtif. ....	10
1. Pengertian Perilaku Konsumtif .....	10
2. Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri.....	12
3. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif .....	14
4. Karakteristik Perilaku Konsumtif Remaja .....	20
5. Alasan Remaja Putri Berperilaku Konsumtif .....	20
6. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif .....	21
B. <i>Locus Of Control</i> .....	22
1. Pengertian <i>Locus Of Control</i> .....	22
2. Penggolongan <i>Locus Of Control</i> .....	23
3. Ciri individu berdasarkan perbedaan <i>Locus Of Control</i> .....	24
4. Aspek-aspek <i>Locus Of Control</i> .....	26

C. Perilaku Konsumtif ditinjau dari <i>Locus Of Control</i> pada Remaja Putri ...	26
D. Kerangka Berpikir .....	28
E. Hipotesis .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
A. Identifikasi Variabel .....	30
B. Definisi Operasional .....	30
1. Perilaku Konsumtif .....	31
2. <i>Locus Of Control</i> .....	31
C. Subjek Penelitian .....	31
1. Populasi .....	31
2. Sampel .....	32
3. Teknik sampling .....	32
D. Metode Pengumpulan Data .....	33
1. Skala Perilaku Konsumtif .....	33
2. Skala <i>Locus Of Control</i> .....	34
E. Validitas dan Reliabilitas Alat Pengumpulan Data .....	35
F. Teknik Analisis Data .....	37
<b>BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>38</b>
A. Orientasi Kacah dan Persiapan .....	38
1. Orientasi Kacah .....	38
2. Persiapan Penelitian .....	42
B. Pelaksanaan Penelitian .....	45
1. Penentuan Subjek Penelitian .....	45
2. Pelaksanaan Pengumpulan Data .....	47
3. Skoring .....	47
C. Hasil Penelitian .....	48
1. Deskripsi Hasil Penelitian .....	48
2. Kategorisasi Skor Variabel Penelitian .....	48
3. Uji Validitas dan Reliabilitas Data .....	50
4. Uji Asumsi .....	53
5. Uji Hipotesis .....	54
6. Sumbangan Efektif .....	55
D. Pembahasan .....	56
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>60</b>
A. Kesimpulan .....	60
B. Saran .....	62
1. Bagi Subjek Terkait .....	62
2. Bagi Instansi Terkait .....	62
3. Bagi Peneliti Selanjutnya .....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

### Tabel Halaman

Tabel. 1 <i>Blueprint</i> Perilaku Konsumtif .....	34
Tabel. 2 <i>Blueprint Locus Of Control</i> .....	35
Tabel. 3Rancangan Skala Perilaku Konsumtif.....	43
Tabel. 4Rancangan Skala Perilaku Konsumtif.....	44
Tabel 5. Jumlah siswi kelas XI. ....	46
Tabel.6. Deskripsi Statistik Variabel Penelitian .....	48
Tabel.7. Kategorisasi Perilaku Knsumentif .....	49
Tabel. 8. Kategorisasi <i>locus of control</i> .....	50
Tabel. 9. Aitem skala perilaku konsumtif.....	51
Tabel. 10. Aitem skala <i>locus of control</i> .....	52
Tabel. 11. Rngkuman Hasil Perhitungan Uji Normalitas Skala.....	53
Tabel 12. Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Linieritas .....	54
Tabel. 13. Rangkuman Uji Hipotesis .....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar. 1 Bagan Perbedaan VT ditinjau dari VB.....	28

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. LATAR BELAKANG MASALAH**

Masa remaja adalah masa mencari identitas diri. Pada masa ini, remaja mulai memperluas pergaulannya baik dengan teman sebaya maupun tidak sebaya. Sejenis maupun tidak sejenis sebagai proses perkembangan kearah individualitas yang lebih mantap (Gunarsa dan Gunarsa.2003). Bagi sebagian remaja khususnya remaja putri , didalam pergaulannya seringkali mereka merasa cemas, tidak puas dan khawatir dengan penampilannya dirinya. Sebab penampilan fisik yang kurang menarik dan tidak sesuai dengan penampilan yang di idealkannya biasanya akan merintangi usahanya untuk memperluas ruang gerak pergaulannya. Hal ini disebabkan karena budaya dalam masyarakat lebih menekankan pada atribut fisik pada wanita. Sehingga tidaklah mengherankan apabila pada masa ini minat pada penampilan diri menjadi minat terkuat pada remaja putri (Stantrock, 2003)

Dalam kehidupan sosial, remaja semakin sadar bahwa penerimaan didalam masyarakat, dukungan teman sebaya dan popularitas sangat ditentukan oleh penampilan fisik yang menarik. Hal ini disebabkan karena budaya tertentu menekankan pada atribut fisik wanita (Stantrock, 2003). Menurut Kennedy (dalam Stantrock, 2003) remaja putri yang secara fisik menarik akan lebih populer dan mendapatkan dukungan sosial dibandingkan dengan mereka yang tidak menarik. Adanya pandangan seperti ini. Maka remaja putri selalu berusaha untuk menutupi kekurangannya dengan berbagai cara agar selalu tampil menarik Modis dan

*trendy*, main ke tempat-tempat yang sedang hits, menonton di Bioskop maupun jalan-jalan ke Mall hanya untuk menghabiskan waktu luangnya agar tidak dibilang ketinggalan zaman.

Remaja memang sangat rentan terhadap pengaruh lingkungan khususnya teman-teman sebayanya. Sebagian remaja beranggapan bahwa teman-teman merupakan sumber kekuatannya, inspirasi maupun identitas diri. Sehingga dengan begitu memiliki kecenderungan menjadi apa yang dikatakan oleh orang lain, terutama teman sebayanya. Hal ini diwujudkan dengan menggunakan atribut mulai dari aksesoris yang sama, baju yang sama serta barang-barang ataupun tempat-tempat yang mereka jelajahi Bersama dengan teman sebayanya (stantrock, 2003). Jika mereka memiliki perbedaan maka akan merasa terasingkan, sehingga sebagian remaja akan mengusahakan untuk sama dengan kelompok teman sebayanya.

Dengan begitu barang ataupun tempat dimana mereka nongkrong tersebut juga dapat digunakan sebagai alat untuk mengaktualisasikan diri mereka kepada orang lain (Wanita Indonesia, 2003). Dizaman yang serba praktis membuat segala sesuatunya menjadi lebih mudah, dan remaja pada saat ini lebih suka menghabiskan waktu diluar rumah demi berkumpul dengan teman-temannya, nongkrong di *Caffe* yang sedang hits atau jalan-jalan ketempat wisata maupun Mall-mall besar yang menyediakan berbagai macam hiburan yang menggiurkan.

Dengan bermain ke tempat yang keren ataupun menggunakan barang Branded untuk menunjang penampilan dirinya dan untuk mengangkat serta menunjukkan identitas dirinya kepada orang lain dan teman sebayanya (Meilaratri dan zulkarnaen, 2004). Selain itu agar dirinya tidak dikatakan ketinggalan jaman. Dengan demikian kecenderungan remaja putri untuk selalu mengikuti zaman secara tidak sadar membuat dirinya terjebak dalam perilaku konsumtif. Menurut YLKI (dalam Lina dan Rosyid, 1997). Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan seseorang untuk melakukan penggunaan konsumsi tiada batas. Lebih mementingkan faktor keinginan semata dari pada kebutuhan, pada saat memiliki sejumlah uang yang lebih biasanya. Gilarso (1985) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang cenderung berlebihan dan tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi.

Fenomena perilaku konsumtif akan terus berkembang dikalangan remaja, karena remaja merupakan bagian atau kelompok masyarakat yang tidak lepas dari pengaruh konsumtifisme atau budaya konsumtif sehingga tidaklah aneh jika remaja menjadi sasaran berbagai produk perusahaan (Laksono, 1995). Kenyataan menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif ini juga dilakukan oleh kawula muda dan remaja putri (Lina dan Rosyid, 1997). Remaja juga suka mencoba hal-hal yang di anggap baru dan mereka semakin sadar dengan beragam produk baru dan bermerek. Hal ini disebabkan karena remaja sering melakukan sesuatu tanpa berpikir Panjang terlebih dahulu, dimana mereka tiba-tiba membeli barang yang bentuknya lucu, warnanya menarik, desainnya keren, sedang *Hits* dan teman-



teman lainnya sudah memilikinya. Selain itu dalam hal berbelanja remaja putri cenderung dikuasai emosi, *impulsive*, mudah terbujuk oleh rayuan iklan dan teman, lebih tertarik mementingkan status sosial dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya (Munandar, 2001).

Penelitian perilaku konsumtif yang dilakukan oleh Enrico et al. (2014) yang berjudul *The Factors that Influenced Consumptive Behavior: A Survey of University Students in Jakarta* menyatakan bahwa fenomena perilaku konsumtif juga berdampak pada remaja SMA dan Mahasiswa terutama yang berada di kota-kota besar. Kegiatan-kegiatan remaja SMA dan Mahasiswa yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan sosial mereka seperti nongkrong di *caffe* dan Mall menjadikan mahasiswa menjadi lebih konsumtif dan kurang mempertimbangkan pola hidup hemat dengan cara menabung untuk kebutuhan yang tidak terduga. Hal tersebut dapat dilihat dari fenomena perubahan gaya hidup, sosial budaya dan jenis kebutuhan manusia yang semakin beragam. Terjadinya perubahan gaya hidup anak remaja masa kini tidak terlepas dari perubahan budaya, serta pola pikir yang dianut oleh masyarakat yang bersangkutan. Kini anak remaja lebih senang dengan hal-hal yang serba instan, pragmatis, dan cenderung kebarat-baratan. Hampir tidak ada celah lagi untuk menghindarkan diri dari serbuan berbagai informasi di sekitar yang berkaitan dengan kegiatan konsumsi. Di berbagai tempat ditawarkan berbagai informasi yang menstimulasi konsumsi melalui iklan di televisi, koran maupun majalah. Tidak hanya itu, di jalan juga selalu dihadapkan dengan pertokoan dan pusat perbelanjaan.

Kecenderungan remaja putri untuk membeli dan menggunakan atribut yang sedang *in* di kalangan mereka sangat ditentukan oleh kepribadian mereka yang terkait dengan kepercayaan diri dan arah pengendalian diri atas perilaku-perilakunya (Lazacuz dalam Lefourt, et, al. 1981). Konsep yang menjelaskan gambaran seseorang mengenai kepercayaan diri dan kepercayaan akan sumber kendali perilaku ini dikenal dengan istilah *locus of control* (Rotter dalam Engler, 1985). Keyakinan ini dibedakan atas keyakinan akan *internal control* dan keyakinan *eksternal control*. Individu yang memiliki keyakinan *locus of control insternal* akan merasakan bahwa kejadian-kejadian dalam hidupnya terjadi akibat tingkah lakunya sendiri, sedangkan individu dengan keyakinan *locus of control eksternal* akan merasakan tidak adanya hubungan antara usaha-usaha yang dilakukannya dengan akibat-akibat yang ia terima.

Perbedaan orientasi *Locus of control* seseorang akan mempengaruhi perbedaan penilaian terhadap peristiwa atau situasi yang sedang dihadapinya (Findley & Cooper dalam Baron & Byne, 1978). Termasuk pula dalam menghadapi pengaruh kelompok teman sebaya dalam hal pengkonsumsian produk-produk yang berkaitan dengan penampilan serta kecenderungan untuk mengikuti atribut yang sedang *in*. ada yang menerima sebagai sesuatu yang tidak dapat dihindari karena sebagai nasib, sehingga terus melakukan konsumsi secara berlebihan. Namun ada juga yang mengatasinya dan membeli disesuaikan dengan pertimbangan rasional.

Remaja putri dengan *locus of control internal* cenderung mengendalikan kemampuannya sendiri dalam menghadapi segala bentuk bujukan untuk membeli

dan memakai produk-produk yang berkaitan dengan Gaya hidup zaman sekarang. Sehingga mereka akan lebih mampu mengendalikan diri dan tidak mudah terpengaruh oleh segala bentuk penawaran dan bujukan yang ada tersebut. Dengan kesendirian yang dihayatinya tersebut membuat mereka mampu membuat skala prioritas dalam perilaku membelinya. Yaitu selalu didasarkan pada pertimbangan yang matang akan kondisi keuangan.

Kebutuhan dan nilai guna dari produk yang akan membelinya tersebut. Selain itu kepercayaan diri yang dimilikinya membuat mereka mampu melihat bahwa untuk mengekspresikan dirinya kepada orang lain dalam proses mencari identitas dirinya tidak harus ditunjukkan dengan penampilan fisik semata. Tetapi lebih diimbangi dengan kualitas pribadi, seperti keseimbangan, prestasi akademi. Kemampuan untuk memahami orang lain dan cermat dalam mengamati interaksi sosial yang ada. Oleh karena itu. Mereka menjadi tidak mudah terbuju untuk membeli barang-barang yang tidak penting, maupun menghabiskan waktu di Mall ataupun *Caffe* yang keren. sehingga mereka akan terhindar dari perilaku konsumtif.

Sementara remaja putri yang memiliki *locus of control eksternal*. Dalam menghindari segala bentuk penawaran yang berkaitan dengan gaya hidup hedonis cenderung mengendalikan diri terhadap pengaruh-pengaruh lingkungan yang ada. Selain itu kondisi psikis remaja dalam proses mencari identitas diri melalui pergaulan seringkali mencemaskan penampilannya, oleh karena itu sebagai usahanya untuk mengatasi perasaan cemas dan sebagai usahanya agar diterima oleh lingkungan sosialnya. Maka mungkin mereka cenderung rela mengeluarkan

banyak dana untuk mengikuti produk-produk yang memiliki kualitas tinggi ataupun nongkrong di Mall ataupun *Caffe*, menonton film keren yang sedang tayang di Bioskop sehingga tanpa sadar membuat mereka terjebak dalam perilaku konsumtif. Hal ini disebabkan karena dalam perilaknya didasarkan atas pertimbangan yang tidak rasional, hanya untuk mempengaruhi keinginan Hasrat sesaat dan untuk memenuhi kepuasan akan status atau *prestige*.

Perilaku konsumtif tersebut merupakan salah satu bentuk pemborosan dalam menggunakan uang, dengan adanya pemebelian yang tidak direncanakan sebelumnya. Karena perilaku konsumtif merupakan perilaku yang berlebihan dalam menggunakan uang, penggunaannya tidak berdasarkan oleh kebutuhan tetapi lebih kepada pemuasan diri. Perilaku tersebut dapat berdampak buruk dikemudian hari apabila ini tidak ditekan sedini mungkin. Dalam islam hal tersebut dilarang oleh Allah, dalam ayatNYA telah berfirman agar manusia menghindari perilaku boros,hal itu dijelaskan dalam ayat sebagai berikut :

وَأَتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ۚ ٢٦ إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ۚ ٢٧

Artinya : “Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekatkan haknya, kepada orang-orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-borosan itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.” (QS. Al-Isra : 26-27)

وَإِذَا مَسَّكُمُ الضُّرُّ فِي الْبَحْرِ ضَلَّ مَنْ تَدْعُونَ إِلَّا إِلَٰهَ فَلَمَّا نَجَّيْكُمْ إِلَى الْبَرِّ أَعْرَضْتُمْ وَكَانَ  
الْإِنْسَانُ كَفُورًا ٦٧

Artinya : “Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) fakir, dan adalah (pembelajaran itu) ditengah-tengah antara yang demikian.” (QS. Al-Furqon : 67)

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan guru BK SMA Negeri 2 Bandar Lampung bahwa remaja putri yang terdapat di sekolah tersebut menunjukkan cenderung berperilaku konsumtif, karena sebagian besar Siswa dan Siswi SMA Negeri 2 Bandar Lampung berasal dari keluarga dengan ekonomi yang menengah ke atas, sehingga gaya hidupnya lebih konsumtif memiliki kemudahan untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan. Mulai dari nongkrong ditempat yang keren, nonton di Bioskop, ke Mall maupun Caffé yang kece dengan teman-teman sebayanya. Keadaan tersebut terjadi karena mereka merupakan individu yang mudah terpengaruh oleh perubahan serta berada pada tahap pencarian jati diri dan memiliki keinginan untuk mencoba-coba hal yang baru (Marta, Hartati, 2007).

Berdasarkan uraian diatas mendorong peneliti untuk mengetahui lebih mendalam. Benarkah terdapat kaitan antara perilaku konsumtif ditinjau dari *locus of control* pada remaja putri. Alasan peneliti ingin melakukan penelitian pada siswi SMA Negeri 2 Bandar Lampung karena sekolah tersebut merupakan salah satu sekolah *favorite* dan berbasis Nasional maupun Internasional yang ada di Bandar Lampung.



## **B. TUJUAN**

Adapun tujuan dari penelitian ini, adalah untuk mengetahui ada atau tidak kaitannya perilaku konsumtif ditinjau dari *locus of control* pada remaja putri.

## **C. MANFAAT**

Adapun manfaat-manfaat dari penelitian ini antara lain :

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini mempunyai manfaat dalam pengembangan ilmu psikologi dalam bidang Psikologi Industri dan Organisasi, khususnya psikologi konsumen dan marketing. Sebagai pemahaman mendalam tentang Perilaku konsumtif dan *locus of control*.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi akademisi**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna terhadap dunia ilmu pendidikan dan pengetahuan dibidang psikologi khususnya Psikologi Industry dan Organisasi.

#### **b. Bagi peneliti selanjutnya**

Diharapkan dapat menambah sumbangsih pemikiran dan pengetahuan serta ferensi tentang perilaku konsumtif ditinjau dari *locus of control* pada remaja putri.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Perilaku Konsumtif**

##### **1. Pengertian Perilaku Konsumtif**

Istilah konsumtif biasanya digunakan pada masalah yang berkaitan perilaku konsumen dalam kehidupan manusia. Dewasa ini salah satu gaya hidup konsumen yang cenderung terjadi di dalam masyarakat adalah gaya hidup yang menganggap materi sebagai sesuatu yang dapat mendatangkan kepuasan tersendiri, gaya hidup seperti ini dapat menimbulkan adanya gejala konsumtifisme, sedangkan konsumtifisme dapat didefinisikan sebagai pola hidup individu atau masyarakat yang mempunyai keinginan untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa yang kurang atau tidak dibutuhkan (Lestari, 2006).

Perilaku konsumtif lebih khusus menjelaskan untuk mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal Tambunan (2001). Perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang dipengaruhi oleh faktor sosiologis dalam kehidupannya yang ditunjukkan untuk mengonsumsi secara berlebihan ataupun pemborosan yang tidak direncanakan terhadap barang maupun jasa yang kurang atau bahkan tidak diperlukan Menurut Aprilia & haryoto (20013).

Fromm (1995) mengatakan bahwa keinginan masyarakat dalam era kehidupan yang modern untuk mengonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya. Membeli saat ini

sering kali dilakukan secara berlebihan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan atau kebahagiaan, meskipun sebenarnya kebahagiaan yang diperoleh hanya bersifat semu.

Lebih jauh Kartodiharjo (1995) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif sebagai social ekonomi perkembangannya dipengaruhi oleh faktor kultural, pentingnya peran mode yang mudah menular atau menyebabkan produk-produk tertentu. Di samping itu sikap seseorang seperti orang tidak mau ketinggalan daritemannya atau penyakit kultural yang disebut “gengsi” sering menjadi motivasi dalam memperoleh produk. Di jumpai juga gejala sosio psikologis berupa keinginan meniru sehingga remaja berlomba-lomba yang satu ingin lebih baik dari yang lain.

Perilaku konsumtif menciptakan kebiasaan pembelian produk untuk konsumsi tetapi ada motivasi lain. Konsumtifisme jenis ini cukup banyak contohnya, misalnya berbagai produk dengan merk terkenal sangat disukai meskipun mahal, seperti kemeja “Arrow atau tas Gucci”. Produk bukan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dasar manusia, akan tetapi lebih berfungsi sebagai lambang yang disebut “Simbol Status”.

Pendapat yang lain dikemukakan Setiaji (1995) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang berperilaku berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana. Sebagai akibatnya mereka kemudian membelanjakan uangnya dengan membabi buta dan tidak rasional,

sekedar untuk mendapatkan barang-barang yang menurut anggapan mereka dapat menjadi simbol keistimewaan.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang ditujukan untuk konsumsi atau membeli secara berlebihan terhadap barang atau jasa, tidak rasional, secara ekonomis menimbulkan pemborosan, lebih mengutamakan kesenangan daripada kebutuhan dan secara psikologis menimbulkan kecemasan dan rasa tidak aman.

## **2. Pengertian Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri**

Menurut Irwanto (1994) periode remaja adalah dianggap masa transisi dalam periode anak-anak ke periode dewasa. Periode ini dianggap sebagai masa-masa yang sangat penting dalam kehidupan seseorang khususnya dalam pembentukan kepribadian individu. Kebanyakan ahli memandang masa remaja harus dibagi dalam dua periode karena terdapat ciri-ciri yang cukup banyak berbeda dalam kedua (sub) periode tersebut. Pembagian ini biasanya menjadi periode remaja akhir, yaitu berkisar antara umur 17 sampai 18 tahun (umur dewasa menurut hukum yang berlaku di suatu negara). Lebih jauh Irwanto, dkk. (1994) menambahkan bahwa periode remaja merupakan klimaks dari periode-periode perkembangan sebelumnya. Dalam periode ini apa yang diperoleh dalam masa-masa sebelumnya diuji dan dibuktikan sehingga dalam periode selanjutnya individu telah mempunyai suatu pola pribadi yang lebih mantap.

Berdasarkan pendekatan psikologi konsumen, remaja khususnya putri merupakan kelompok konsumen yang memiliki karakteristik khas seperti mudah

tertarik pada mode, mudah terbujuk iklan dan rayuan penjual, tidak hemat, kurang realistis, romantis dan impulsif. Karakteristik ini tampaknya memudahkan mereka terjatuh dalam perilaku membeli kurang efisien. Selain karakteristik tersebut, Solomon (dalam Zebua, dkk. 2001) mengemukakan bahwa perubahan-perubahan yang terjadi pada remaja terkadang menciptakan hal-hal yang tidak menentu sehingga mendorong mereka untuk menemukan dan memiliki jati diri yang unik sebagai individu yang berarti.

Pada masa sekarang ini, pilihan aktivitas, teman dan penampilan seringkali menjadi hal penting untuk diterima secara sosial. Lebih jauh Solomon menjelaskan bahwa remaja menaruh perhatian yang lebih besar dalam hal penampilan. Sehubungan dengan hal tersebut, biasanya remaja akan bersikap lebih aktif mencari masukan dari teman maupun iklan agar dapat menampilkan diri secara menarik. Akibat selanjutnya adalah banyak remaja yang terjatuh dalam perilaku konsumtif.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif pada remaja putri adalah bentuk perilaku remaja putri untuk mengkonsumsi secara berlebihan dan tidak terencana terhadap barang dan jasa yang kurang atau bahkan tidak diperlukan karena mudah tertarik pada mode, mudah terbujuk iklan dan rayuan penjual, tidak hemat, tidak realistis sehingga memudahkan bagi para remaja putri berperilaku membeli yang kurang efisien.



### **3. Karakteristik Perilaku Konsumtif Remaja**

Remaja yang termasuk didalamnya remaja putri adalah kelompok konsumen yang mempunyai karakteristik tersendiri yang menyebabkan mereka sangat mudah untuk dipengaruhi dan menanggapi tawaran pasar. Menurut Munandar (2001) konsumen remaja memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

- a. Amat mudah terpengaruhi rayuan penjual
- b. Mudah terbujuk iklan, terutama pada kerapihan dari kertas pembungkus suatu produk, apalagi dihiasi oleh warna-warna yang menarik
- c. Kurang berfikir hemat
- d. Kurang realistis. Romantic dan impulsive

Dengan adanya karakteristik tersebut, kelompok perilaku konsumtif remaja termasuk dalam remaja putri memang berpotensi ringgi untuk menjadi konsumtif. Hal tersebut disebabkan karena konsumen remaja putri memiliki karakteristik kurang realistis, boros serta impulsive dalam melakukan suatu pembelian.

### **4. Alasan remaja putri mudah berperilaku konsumtif**

Menurut Sumarnoto (2002) terdapat beberapa alasan mengapa remaja putri mudah sekali untuk berperilaku konsumtif, diantaranya :

- a. Secara psikologis masih berada dalam proses pencarian jati diri dan dangat sensitive terhadap pengaruh dari luar.
- b. Menurut Jatman yang mengemukakan bahwa remaja merupakan kelompok sasaran yang sangat potensial untuk memasarkan suatu

produk-produk industry, sebab remaja memiliki pola konsumtif dalam berpakaian, berdandan dan gaya potongan rambut.

- c. Ciri-ciri remaja yang bila kita pahami sangatlah memungkinkan atau kondusif munculnya perilaku konsumtif.

## **5. Indikator Perilaku Konsumtif**

Menurut sumarno (2002), indikator perilaku konsumtif yaitu :

- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah. Individu memiliki suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.
- b. Membeli produk karena kemasannya menarik. Konsumen sangat mudah terbujuik untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapih dan dihias dengan warna-warna menarik. Artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus rapi dan menarik.
- c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. Konsumen mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya konsumen mempunyai ciri khas dan pakaian, berdandan gaya rambut dan sebagainya dengan tujuan agar konsumen selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain. Konsumen membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.
- d. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya). Konsumen cenderung berperilaku yang ditandakan

oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.

- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status. Konsumen mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian berdandan, gaya rambut, dan sebagainya sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan symbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain.
- f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. Konsumen cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolakannya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya. Konsumen juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan public figure produk tersebut.
- g. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. Konsumen sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan yaitu dapat menumbuhkan rasa percaya diri.
- h. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda). Konsumen akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain dari produk sebelum ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.

## 6. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

Aspek-aspek Perilaku Konsumtif menurut Anastasia Rosita May Wulan (2005) yaitu :

a. Pembelian impulsif (*impulsif buying*)

Aspek ini menunjukkan bahwa seorang remaja putri berperilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat keinginan yang tiba-tiba atau sesaat, tanpa dilakukan terlebih dahulu pertimbangan

b. Pemborosan (*wasteful buying*)

Perilaku yang menonjol adalah berlebihan menghambur-hamburkan banyak uang tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas.

c. Mencari kesenangan (*pleasure seeking*)

Suatu Perilaku membeli yang dilakukan konsumen semata-mata hanya untuk mencari kesenangan dalam pemuasan perasaannya.

d. Pencarian kepuasan (*satisfaction seeking*)

Perilaku membeli remaja didasari keinginan untuk menunjukkan prestige atau status sosial yang lebih tinggi dari kelompok teman sebayanya.

## 7. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif.

Sigit (dalam Lestari, 2006) ada dua faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam melakukan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor kedua adalah situasi-situasi yang tidak terduga. Perilaku konsumtif

menurut Kotler (1997) dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor eksternal tersebut meliputi kebudayaan, sub budaya, kelas sosial, kelompok referensi serta keluarga. Faktor internal meliputi motivasi, persepsi, pengamatan dan proses belajar, kepribadian dan konsep diri.

1. Faktor-faktor eksternal meliputi :

a. Kebudayaan

Faktor kebudayaan sangat berpengaruh luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Kotler (1989) menyatakan kebudayaan adalah faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar. Anak yang dibesarkan dalam sebuah lingkungan masyarakat mempelajari seperangkat nilai dasar persepsi, preferensi dan perilaku melalui proses sosialisasi yang melibatkan keluarga dan berbagai Lembaga penting lainnya.

Sedangkan Stanton (dalam Swasta, 1984) mendefinisikan kebudayaan sebagai symbol dan fakta yang kompleks yang diciptakan oleh manusia dari generasi ke generasi sebagai penentu dan pengatur tingkah laku manusia dalam masyarakat yang ada. Kebudayaan yang tercermin dalam cara hidup, kebiasaan dan Tindakan dalam permintaan bermacam-macam barang di pasar sangat mempengaruhi perilaku konsumen.

b. Sub budaya

Schiffman dan Kanuk (dalam Amirullah, 2002) menyatakan setiap budaya terdiri dari sub budaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi anggotanya yang lebih kecil. Sub budaya mencakup kebangsaan,



agama, kelompok ras dan karakteristik demografis, seperti usia, jenis kelamin, tingkat Pendidikan. Para pemasar merancang produk dan program pemasaran yang khusus untuk memenuhi kebutuhan mereka berdasarkan kriteria kebiasaan, agama, kelompok ras serta karakteristik demografis.

c. Kelas sosial

Engel (1994) mendefinisikan kelas sosial sebagai pembagian didalam masyarakat yang terdiri dari individu yang menjadi nilai, minat dan perilaku yang sama. Mereka dibedakan oleh perbedaan sosial ekonomi yang berjarak dari rendah ke tinggi. Kelas sosial dapat ditunjukkan melalui indikasi kondisi ekonomi individu yang diketahui melalui penghasilan, pekerjaan, gaya hidup dan tingkat Pendidikan masyarakat setempat.

Subjek yang menjadi sasaran dalam penelitian ini adalah kelompok konsumen remaja. dengan demikian identifikasi yang kelas sosial adalah kondisi ekonomi menengah atas dimana uang saku yang diberikan orang tua kepada subjek setiap bulannya cukup banyak.

d. Kelompok referensi

Kelompok referensi (reference group) berfungsi sebagai titik banding baik langsung maupun tidak langsung yang membentuk sikap dan perilaku konsumtif seseorang. Remaja sebagai konsumen yang masih berada dalam masa transisi mempunyai karakteristik mudah dipengaruhi oleh kelompok sebaya dan kelompok referensinya (Loundon & Britta, 1984).

Peran teman dan sahabat sebagai kelompok referensi sangat penting bagi remaja karena adanya kedekatan secara emosional yang erat diantaranya pandangan dan pendapat dari teman-teman akan suatu produk tertentu akan mempengaruhi remaja dalam membeli dan memanfaatkan produk tersebut. Sekalipun mereka memiliki kebebasan untuk mengambil keputusan sendiri (Mahendra, 2002).

e. Keluarga

Peran keluarga dalam mempengaruhi individu dalam pembelian atau konsumsi sudah mulai bergeser, bukan sebagai salah satu jenis kelompok kecil tetapi lebih pada pengaruhnya yang sangat penting terhadap perilaku konsumen sekaligus sebagai sebuah kelompok referensi dengan anggota keluarga yang menunjukkan nilai-nilai, norma dan standar keluarga dalam perilakunya (Amirullah, 2002).

2. Faktor-faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumen antara lain :

a. Motivasi

Motivasi merupakan suatu kekuatan yang mana individu di dorong untuk melakukan suatu tindakan yang dapat memberikan kepuasan atas kebutuhannya. Maslow menyatakan bahwa manusia memiliki hierarki kebutuhan dari yang mendesak sampai yang paling tidak mendesak. Kebutuhan yang tersusun secara hierarkis itu terdiri atas kebutuhan fisiologis, kebutuhan akan teras aman, kebutuhan sosial, kebutuhan akan penghargaan dan kebutuhan untuk aktualisasi diri.

b. Persepsi

Persepsi bukan hanya pada sifat-sifat rangsangan fisik. Tetapi juga pada hubungan rangsangan dengan medan sekelilingnya (rangsangan keseluruhan atau gestalt) dan kondisi dalam diri individu seseorang akan bertindak. Sesuatu dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi yang dihadapi.

c. Pengalaman dan proses belajar

Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan seseorang dalam bertindak. Pengalaman dipelajari, sebab dengan belajar seseorang dapat memperoleh pengalaman. Penafsiran dan pemahaman proses belajar konsumen merupakan kunci untuk mengetahui perilaku pembelian (Swastha, 1984).

d. Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian adalah ciri-ciri psikologis yang membedakan seseorang, yang menyebabkan terjadinya jawaban yang secara relative tetap dan bertahan lama terhadap lingkungannya. Percaya diri, gampang mempengaruhi, berdiri sendiri menghargai orang lain, bersifat sosial, sifat membela diri dan daya menyesuaikan. Kepribadian bermanfaat untuk menganalisis perilaku pembeli.

Konsep diri dapat diartikan sebagai pandangan seseorang tentang dirinya sendiri. Konsumen yang memandang dirinya sebagai manusia yang memiliki konsep diri positif tentu menginginkan produk yang sesuai dengan kepribadian itu. Konsumen yang memiliki konsep diri negatif tentu menginginkan produk yang sesuai dengan kepribadian itu sendiri (Amirullah, 2002).

Berdasarkan uraian yang telah diungkapkan di atas menunjukkan bahwa perilaku konsumtif pada remaja putri dipengaruhi oleh banyak faktor, baik faktor eksternal maupun internal dalam diri seseorang. Terdapat suatu konsep *locus of control* oleh Rotter yaitu konsep yang memberikan gambaran mengenai keyakinan seseorang terhadap sumber penentu kepribadinya (Engler, 1985) *locus of control* dibedakan menjadi dua yaitu *locus of control internal* dan *locus of control external* memiliki keyakinan bahwa apa yang terjadi pada dirinya adalah karena pengaruh dari dirinya sendiri, keberhasilan ataupun kegagalan merupakan hasil dari perilakunya. Sedangkan seseorang yang memiliki *locus of control* cenderung yakin bahwa faktor-faktor diluar dirinya berpengaruh terhadap perilakunya. Keberhasilan dan kegagalan dalam hidupnya dipandang sebagai nasib, faktor keberuntungan, kesempatan karena kekuasaan orang lain atau karena kondisi-kondisi yang tidak dapat dikuasainya. Maka dapat disimpulkan bahwa *locus of control* adalah sebuah persepsi seorang individu akan pengendalian dirinya menghadapi peristiwa-peristiwa yang terjadi dalam hidupnya.

## **8. Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Islam**

### **a. Teori Konsumtif**

Konsumtif merupakan bagian dari studi ilmu ekonomi. Dalam mata rantai kegiatan ekonomi yaitu produksi-konsumtif-distribusi, konsumtif adalah kegiatan yang paling penting. Dalam ekonomi konvensional perilaku konsumtif dituntun oleh nilai dasar, yaitu

rasionalisme dan utilitarianisme. Kedua nilai dasar ini kemudian membentuk suatu perilaku yang *hedonistic materialistic* serta boros. Karena rasionalisme kebutuhan ekonomi konvensional adalah *self interest*, perilaku yang cenderung individualis sehingga sering mengabaikan keseimbangan dan keharmonisan sosial (Anto, 2003).

Rasionalisme dalam ekonomi konvensional mengandung pengertian bahwa setiap konsumen berkonsumsi sesuai dengan sifatnya *homo economicus*. Secara spesifik konsumen akan bertindak untuk memenuhi kepentingan sendiri. Oleh karenanya, rasionalisme bermakna pada perjuangan untuk kepentingan sendiri yang senantiasa diukur berapa banyak uang atau bentuk kekayaan lain yang diperoleh.

Perilaku konsumtif secara konvensional tentunya tidak dapat diterima begitu saja dalam ekonomi Islam, karena konsumtif yang islami berpedoman pada ajaran islam yang tujuan utamanya adalah *maslahat* bukan *utilitas*. *Maslahat* merupakan suatu manfaat dan keberkahan dari kegiatan mengkonsumsi. Konsumtif memperoleh manfaat pada saat kebutuhan fisik atau fisikis atau material terpenuhi, serta keberkahan diperolehnya ketika mengkonsumsi barang dan jasa yang dihalalkan oleh syariat Islam. Mengkonsumsi yang halal merupakan kepatuhan terhadap Allah SWT, karena dapat memperoleh pahala. Pahala inilah yang kemudian dirasakan sebagai berkah dari barang jasa yang telah dikonsumsi.

Menurut Abu Abdillah Muhammad Bin Al-Hasan Bin Farqad Al-Syaibani menyatakan bahwa apabila manusia merasa cukup dari apa yang dibutuhkan kemudian bergegas pada kebijakan, sehingga mencurahkan perhatiannya pada urusan akhiratnya adalah lebih baik bagi mereka. Dalam hal ini diartikan bahwa seorang muslim berkonsumsi dalam kondisi yang cukup (*kifayah*), bukan kondisi meminta-minta (*kafafah*). Beliau menyerukan agar manusia hidup dalam kecukupan, baik untuk diri sendiri maupun untuk orang lain. Beliau juga menyatakan bahwa sifat-sifatnya berpotensi membawa pemiliknya hidup dalam kemewahan. Di sini tidak ada penentangan gaya hidup lebih cukup selama harta tersebut hanya dipergunakan untuk kebaikan (Karim, 2004).

Dasar hukum konsumtif dalam Islam terdapat pada firman Allah SWT Qs al-araf;7;31

﴿يَبْنَىْ ءَادَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا ۚ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ۝ۚ﴾

*Artinya : Hai anak adam, pakailah pakaianmu yang indah disetiap (manusia) masjid, makan dan minumlah, dan jangan berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.*

Menurut Mustafa al-Maraghi kata israf artinya suatu sifat atau tindakan yang melebihi batas atau membelanjakan harta harta serta tidak sesuai dengan batas naluri, batas ekonomi dan batas syar'i. Ayat tersebut memerintahkan kepada kita untuk memanfaatkan rizqi yang telah Allah berikan, halalkan untuk manusia tanpa berlebihan. Maksud sebaliknya dari

ayat tersebut ialah larangan untuk melakukan perbuatan melampaui batas yaitu tidak berlebihan dalam menikmati apa yang dibutuhkan oleh tubuh dan jangan pula melampaui batas-batas yang dihalalkan.

b. Teori Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Ekonomi Islam

Teori perilaku konsumtif dalam perspektif ekonomi islam dibangun atas dasar ajaran serta syariat Islam, yang memiliki perbedaan mendasar dengan teori konvensional. Menurut Monzer Khaf terdapat tiga prinsip dasar yang menjadi pondasi teori perilaku konsumtif, yaitu: keyakinan akan hari kiamat dan kehidupan akhirat, konsep sukses serta fungsi dan kedudukan harta (Anto, 2003)

1. Seorang muslim hanya meyakini dengan keimanan adanya hari kiamat dan kehidupan di akhirat. Keyakinan ini akan membawa dampak dasar pada perilaku konsumtif. Pertama, pilihan jenis konsumsi akan diorientasikan pada 2 bagian yaitu langsung dikonsumsi untuk kepentingan di dunia dan di akhirat. Kedua, jumlah jenis pilihan konsumsi memungkinkan menjadi lebih banyak, sebab mencakup jenis konsumsi untuk kepentingan akhirat.
2. Sukses dalam kehidupan seorang muslim diukur dengan moral Islam, dan bukan dengan jumlah kekayaan yang dimiliki. Semakin tinggi moralitas maka semakin tinggi pula kesuksesan yang dicapai. Kebijakan dan kebenaran dapat dicapai dengan perilaku yang baik dan menfaat serta menjauhkan diri dari kejahatan.

3. Harta merupakan anugerah Allah dan bukan merupakan suatu yang dengan sendirinya bersifat buruk (sehingga harus dijaui secara berlebihan). Harta merupakan tujuan hidup jika diusahakan dan dimanfaatkan secara benar.

Berdasarkan prinsip ketiga diatas dapat disimpulkan bahwa konsumsi seorang muslim tidak ditujukan untuk mencari kepuasan maksimal sebagaimana dengan terminologi teori ekonomi konvensional. Tetapi, tujuan konsumsi seorang muslim merupakan untuk mencari kesuksesan dan kesejahteraan hidup di dunia dan akhirat dalam bingkai moral islam atau falah.

## ***B. Locus Of Control***

### **1. Definisi *Locus Of Control***

Konsep *locus of control* ditemukan pertama kali oleh Rotter yaitu konsep yang memberikan gambaran mengenai keyakinan seseorang terhadap sumber penentu kepribadinya (Engler, 1985) *locus of control* dibedakan menjadi dua yaitu *locus of control internal* dan *locus of control external* memiliki keyakinan bahwa apa yang terjadi pada dirinya adalah karena pengaruh dari dirinya sendiri, keberhasilan ataupun kegagalan merupakan hasil dari perilakunya. Sedangkan seseorang yang memiliki *locus of control* cenderung yakin bahwa faktor-faktor diluar dirinya berpengaruh terhadap perilakunya. Keberhasilan dan kegagalan dalam hidupnya dipandang sebagai nasib, faktor keberuntungan, kesempatan karena kekuasaan orang lain atau karena kondisi-kondisi yang tidak dapat dikuasainya.



*Locus of control* merupakan bagian dari sistem kognitif individu dalam hal atribusi (Nowicky, cauce dan Grove, 1996). *Locus of control* adalah sebuah atribusi yang diberikan seseorang terhadap hal-hal yang mengendalikan hidupnya. Atribusi tersebut merupakan berkenaan dengan persepsi individu terhadap arah pengendali peristiwa-peristiwa yang dialami dalam kehidupannya. Semakin berada diluar pengendalian dirinya. Semakin eksternalnya *locus of control* seseorang tersebut.

Berdasarkan pengertian dari beberapa ahli diatas dapat disimpulkan bahwa *locus of control* adalah sebuah persepsi seorang individu akan pengendalian dirinya menghadapi peristiwa-peristiwa yang terjadi dalam hidupnya. Yang merupakan pengendalian oleh dirinya sendiri (*locus of control internal*) dan yang dikendalikan oleh faktor dari luar dirinya (*locus of control eksternal*).

## **2. Penggolongan *Locus Of Control***

Lofcourt (1982) mengelompokkan individu-individu berdasarkan arah kecenderungan *locus of control* yang lebih dominan dalam diri seseorang. Kecenderungan *locus of control* seseorang dapat terlihat apabila individu merasakan hubungan yang terdapat dari usaha-usaha yang dilakukannya dengan konsekuensinya. Kecenderungan internal control akan ditunjukkan seseorang jika individu tersebut merasakan bahwa hal-hal yang dialami dalam hidupnya dapat terjadi karena perilakunya. Sedangkan kecenderungan eksternal control akan dapat terlihat jika individu merasakan tidak adanya hubungan antara usaha-usaha yang dilakukan dengan akibat yang ia terima dalam hidupnya.

Levenson (dalam Azwar, 2003) mengungkapkan *locus of control* seseorang dapat menggunakan suatu ukuran diagnostic yang lebih dikenal dengan *internal-powerfull Others-Chance Scale* yang seringkali disebut dengan skala IPC *Locus Of Control*.

Berdasarkan penjelasan yang telah diungkapkan diatas. Maka dapat disimpulkan bahwa individu mempunyai kecenderungan *locus of control internal* apabila individu tersebut merasakan hubungan antara usaha yang dilakukannya dengan yang diterimanya. Sementara seseorang yang memiliki sifat kecenderungan *locus of control eksternal* merasa bahwa hal-hal yang diterimanya adalah berasal dari kesepakatan, nasib serta campur tangan dari orang lain dan keberuntungan.

### **3. Ciri – ciri Individu Berdasarkan Perbedaan Orientasi *Locus Of Control***

Terdapat perbedaan Orientasi *locus of control* pada diri setiap orang. Friendly dan Cooper (dalam Baron dan Byne, 1978) menyebutkan bahwa perbedaan tersebut ternyata dapat menimbulkan perbedaan sikap, sifat maupun tingkah lakunya. Dalam hubungan dengan orang lain, individu yang mempunyai kecenderungan *locus of control internal* cenderung tidak mudah terpengaruh. Aktif, mempunyai rasa percaya diri serta mempunyai motif berprestasi yang tinggi. Sedangkan individu dengan kecenderungan *locus of control eksternal* cenderung menarik diri dari lingkungan, karena penyesuaian diri kurang baik dan konformis terhadap otoritas (Engler, 1985).

Lefeuort (dalam Baron and Byne, 1978) menjelaskan bahwa seseorang yang mempunyai kecenderungan *internal locus of control* memiliki karakteristik atau ciri yang kurang konformis, rasa percaya diri yang tinggi, mempunyai sifat lebih mandiri, ulet, mempunyai daya tahan diri yang lebih kuat serta dapat menahan diri dari pengaruh sosial, dan dapat melakukan control terhadap lingkungan sekitarnya dengan keterampilan dan kemampuan diri serta usaha-usaha yang dilakukannya juga lebih memperhatikan informasi yang relevan dengan lingkungan sekitarnya. Strickland (dalam Folkman, 1984) menambahkan bahwa individu dengan *locus of control internal* akan lebih aktif dalam mencari informasi yang relevan dengan persoalan yang dihadapi dibandingkan mereka yang memiliki keyakinan *locus of control eksternal*.

Individu dengan kecenderungan *locus of control eksternal* cenderung lebih *conform* terhadap pengaruh-pengaruh dari luar. Mereka memiliki tanggapan bahwa kegagalan seseorang disebabkan oleh faktor dari luar dirinya. Seseorang dengan kecenderungan *locus of control eksternal* juga cenderung menunjukkan sikap mudah menyerah. Merasa tidak berdaya serta memiliki kecemasan yang lebih tinggi dari pada seseorang yang mempunyai kecenderungan *locus of control internal*.

Berdasarkan uraian diatas disimpulkan bahwa individu dengan *locus of control eksternal* mempunyai ciri atau karakteristik lebih aktif serta mandiri dalam mencari informasi yang akurat dengan hal-hal yang dihadapinya. Memiliki daya tahan diri yang kuat terhadap pengaruh sosial dan lebih mampu menahan untuk pemuasan diri. Sementara seseorang dengan *locus of control eksternal* merasa

tidak berdaya. Memiliki kecemasan yang lebih tinggi dan cenderung menunjukkan sikap menyerah atau conform terhadap pengaruh sosialnya.

#### **4. Aspek-aspek *locus of control***

Aspek-aspek locus of control menurut Levenson (dalam Azwar, 2003) adalah :

a. Aspek internal

Yaitu suatu aspek dimana seseorang merasa peristiwa dalam hidupnya terjadi karena dikendalikan oleh dirinya sendiri.

b. Aspek *chance*.

seseorang merasa bahwa yang terjadi dalam hidupnya dikendalikan oleh diluar dirinya seperti peluang, nasib dan keberuntungan.

c. Aspek *powerfull others*

Yaitu seseorang merasa bahwa peristiwa dalam hidupnya dapat dikendalikan oleh kekuasaan orang lain.

#### **C. Perilaku Konsumtif ditinjau dari *Locus Of Control* pada remaja putri**

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan sebelumnya bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu bentuk dari pengaruh lingkungan sosial dan teman sebaya, serta kecenderungan seseorang berperilaku berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana , Setiaji (1995). Bila berbicara tentang perilaku konsumtif, maka tidak lepas dari masalah proses keputusan pembelian. Sigit (dalam Lestari, 2006) ada dua faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam melakukan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor kedua adalah situasi-situasi yang tidak terduga.

Perilaku konsumtif menurut Kotler (1997) dipengaruhi oleh berbagai faktor yaitu, 1) faktor budaya: peran budaya, sub budaya, kelas sosial pembeli. 2) faktor sosial : kelompok acuan, keluarga, peran dan status. 3) faktor pribadi : usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. 4) faktor psikologis : motivasi, persepsi, konsep diri, kepribadian, pengalaman belajar, sikap dan keyakinan.

*Locus of control* adalah sebuah atribusi yang diberikan seseorang terhadap hal-hal yang mengendalikan hidupnya. Atribusi tersebut merupakan berkenaan dengan persepsi individu terhadap arah pengendali peristiwa-peristiwa yang dialami dalam kehidupannya. Semakin berada diluar pengendalian dirinya. Semakin eksternalnya *locus of control* seseorang tersebut. *Locus of control* merupakan bagian dari sistem kognitif individu dalam hal atribusi (Nowicky, cauce dan Grove, 1996).

Adapun penelitian terdahulu yang relevan dan sejalan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

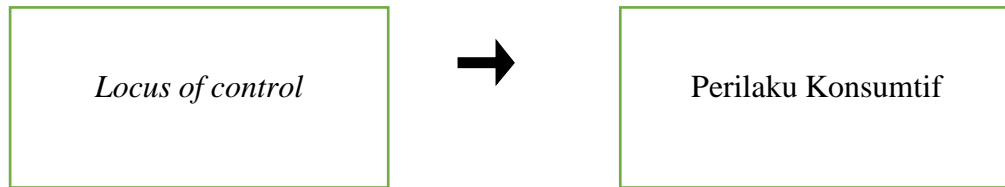
Hasil penelitian yang dilakukan oleh Adzkiya (2018) mengenai analisis perilaku konsumtif dan faktor pendorongnya (studi kasus UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Angkatan. 2017). Berdasarkan hasil analisis terdapat hubungan positif antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Sengan nilai  $t$  – statistik 3,496 dengan sinifikansi 0,001. Penelitian selanjutnya oleh Wulan (2005) yaitu Hubungan antara *locus of control* pada remaja. berdasarkan analisis data memperoleh korelasi product moment  $r_{xy} = -0,363$  dan  $r_2 = 0,132$  hasil tersebut

menunjukkan ada hubungan negative antara *locus of control* dengan perilaku konsumtif pada remaja putri.

Penelitian sebelumnya dari wandani (2009) mengenai hubungan antara konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri. Hasilnya menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara konformitas dan harga diri pada remaja putri dengan nilai  $r = 0,372$  dan  $t = 0,01$  ( $t < 0,05$ ). Konformitas dan harga diri memberikan sumbangan efektif sebesar 13,9 % terhadap perilaku konsumtif ditunjukkan dengan koefisien determinan ( $r^2$ ) 0,139. Penelitian dari Kusumastati (2010) mengenai Hubungan antara *locus of control exsternal* berdasarkan analisis memperoleh tidak ada hubungan yang signifikan antara *locus of control external* dengan perilaku konsumtif pada remaja putri tingkat akhir. Dengan nilai koefisien kerelasi sebesar 0,048 dengan signifikan 0,336 ( $P > 0,05$ ).

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Yarian (2018) mengenai pengaruh harga diri dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Mulawarman Samarindah. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa dengan populasi sebanyak 4387. Berdasarkan pembahasan pada penelitian ini didapatkan hasil terdapat pengaruh harga diri dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas mulawarman samarindah.

#### D. Kerangka Berfikir



Gambar 1. Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari *Locus Of Control* Pada Remaja

Perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan yang dilakukan seseorang dalam menggunakan suatu produk secara tidak tuntas. Artinya, belum habis suatu produk dipakai seseorang telah menggunakan jenis yang sama dari merek lain atau membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang yang menggunakan produk tersebut (Sumartono, 2002).

Faktor dalam penelitian ini yang dipengaruhi perilaku konsumtif yaitu *Locus of control* yang merupakan bagian dari sistem kognitif individu dalam hal atribusi (Nowicky, cauce dan Grove, 1996). *Locus of control* adalah sebuah atribusi yang diberikan seseorang terhadap hal-hal yang mengendalikan hidupnya. Atribusi tersebut merupakan berkenaan dengan persepsi individu terhadap arah pengendali peristiwa-peristiwa yang dialami dalam kehidupannya. Semakin berada diluar pengendalian dirinya. Semakin eksternalnya *locus of control* seseorang tersebut. Oleh karena itu dapat ditarik kesimpulan bahwa berdasarkan gambar dan penjelasan diatas bahwasanya *locus of control* mempengaruhi perilaku konsumtif.

### **E. Hipotesis**

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis pada penelitian ini adalah “Ada hubungan yang signifikan antara *locus of control* dengan perilaku konsumtif pada remaja putri”.



## DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. S.E., M.M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Peberbit Graha Ilmu.
- Azwar. S. M.A. (2003). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta : Penerbit Pustaka Pelajar.
- Al-Qur'an Terjemahan Al-Hikmah. (2014). Departemen Agama RI. Bandung : CV Penerbit Diponegoro.
- Arikunto,S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineke Cipta.
- Azwar, S. (2015). *Validitas dan Reabilitas Edisi ke- IV*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- \_\_\_\_\_. (2015). *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2015). *Penyusunan Skala Psikologi Edisi ke- II*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- \_\_\_\_\_. (2015). *Reliabilitas dan Validitas Edisi ke-IV*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Abdul. A.R. (2017). *Psikologi Sosial : Integrasi Pengetahuan Wahyu dan Pengetahuan Empirik*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Baron and Byrne. (2004). *Psikologi Sosial Edisi Kesembilan*. Jakarta : Erlangga.
- \_\_\_\_\_. (2005). *Psikologi Sosial (terjemahan)*. Jakarta : Erlangga.
- Djudiyah dan Hadipranata. (2002). *Hubungan antara Pemantauan Diri. Harga Diri, Materialisme dan Uang Saku dengan Pembelian Impulsif pada Remaja. Jurnal Psikodinamika*.

- Departemen Pendidikan RI. (2009). *Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan dan Pedoman Umum Pembentukan Istilah*. Jakarta : Yrama Widya.
- Gunarsa, D., dan Gunarsa (2003). Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja. Jakarta : Gunung Mulia
- Ghufron, M. N. & Rini, R. S. (2010). Teori-teori Psikologi. Yogyakarta : Ar-ruzz Media
- [http://www. Ethesis. Uin-Malang.ac.id/2246/6/08410130\\_Bab\\_2.pdf](http://www.Ethesis.Uin-Malang.ac.id/2246/6/08410130_Bab_2.pdf)
- <http://www. e-journal.uajy.ac.id/1537/3/2EM16225.pdf>
- <https://www.nu.or.id>
- Irwanto, (1996).Psikologi Umum Buku Panduan Mahasiswa. Jakarta : Gramedia
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran (jilid 1)*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kusumadewi. S., dkk. (2012). *Hubungan Antara Dukungan Social Peer Group dan Control Diri dengan Kepatuhan terhadap Pereturan pada Remaja Putri di Pondok Pesantren Modern Islam Assalam Sukoharjo*. Naskah Publikasi. Universitas Sebelas Maret. Solo.
- Mowen, J.C. & Minor. M. (2001). Perilaku Konsumen. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Malay, M.N., Fitriani, A., & Islamia, Intan (2019) Pedoman Penulisan Skripsi Prodi Psikologi Islam. Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Raden Intan Lampung.
- Meliaratri. & Zulkarnaen. (2004). Konsep Diri dan Kecenderungan Pengambilan Keputusan dalam Membeli Pakaian pada Remaja Wanita. Jurnal Insight.

Malay, M.N. (2016). Modul Praktikum Statistik dengan SPSS. Fakultas Ushuluddin Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung.

m. republika.co.id

Phares, E.J. (1978). *Locus Of Control* dalam H. London & J.E. Exner, J.R. Dimension of Personality. Torontu John Wiley & Sons.

Peter P.J. & Olson J.P. (2002). *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 4 (jilid 1). Jakarta : Penerbit Erlangga.

Purwanto, Ngalim. (1995). Ilmu Psikologi Pendidikan. Bandung : Remaja Karya.

Sarwono, S.W. (1983). *Pengantar Psikologi Umum*. Jakarta : Bulan Bintang.

\_\_\_\_\_. (2012). *Psikologi Remaja*. Edisi Revisi. Jakarta : Rajawali Press.

Sarwono, S. dan Meinarno, E. A. (2011). *Psikologi Sosial*. Jakarta : Salemba Humaika.

Syntha, M. (2003). *Hubungan antara Harga Diri dan Pola Belanja Keluarga yang Konsumtif dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Pakaian pada Remaja*. Skripsi : Tidak Diterbitkan. Fakultas Psikologi Samata Dharma.

Santrock, J.W. (2002). *Perkembangan masa hidup edisi ke-5 (terjemahan Juda Damanik & Achmad Chusairi)*. Jakarta : Erlangga

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta : Cetakan : ke-10.

Sugiyono. (2015). *Statistika untuk penelitian*. Bandung : Alfabeta : Cetakan ke-10.

Sukmadinata, N.S. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Suryabrata, Sumadi. (2004). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada

Taylor, S.E. (2006). Psikologi Sosial. Triwibowo (terjemahan). Jakarta : Pustaka Ilmu.

Tim Penerjemah Al-Quran Departemen Agama RI. (2010). *Al-Quran dan Terjemahannya*. Jakarta : Proyek Pengadaan Kitab Suci Al-Quran.

Winarsunu. Tulus. (2005). STATISTIK : dalam Penelitian Psikologi & Pendidikan. Malang. Universitas Muhammadiyah Malang.